

**STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *ISLAMIC BANKING***  
**(IB) SIAGA PADA PT. BANK SYARIAH BUKOPIN**  
**CABANG SURAKARTA**



**Tugas Akhir**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli  
Madya Ekonomi dan Bisnis Jurusan Diploma III Keuangan dan Perbankan  
Universitas Sebelas Maret

Oleh :

HANIFAH LUTFI QIBTIYAH

F3613031

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KEUANGAN DAN PERBANKAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**SURAKARTA**

**2016**

## **ABSTRAK**

### **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *ISLAMIC BANKING* (IB) SIAGA PADA PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG SURAKARTA”**

**HANIFAH LUTFI QIBTIYAH**

**F3613031**

Penulisan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk tabungan Islamic Banking (IB) Siaga pada PT. Bank Bukopin Syariah Cabang Surakarta. Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui dua sumber, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan wawancara dan observasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi pustaka.

Hasil penelitian pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta dalam strategi pemasaran produk tabungan iB Siaga menggunakan pendekatan *marketing mix* meliputi *product, price, place, promotion*. Saluran promosi yang digunakan yaitu sales promotion, advertising, personal selling, customer community gathering. Kendala yang dihadapi oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta dalam memasarkan produk tabungan iB Siaga meliputi masyarakat belum mengenal perbankan syariah, kurangnya minat masyarakat untuk menabung di Bank Syariah, persaingan dengan bank kompetitor. Dalam meningkatkan pemasaran produk tabungan iB Siaga maka perlu adanya evaluasi analisis SWOT yang meliputi *strength, weakness, opportunities, threats*. Dari hasil analisis SWOT menggunakan metode Matrik SWOT dapat mengetahui faktor internal dan faktor eksternal, faktor-faktor tersebut menciptakan strategi baru seperti strategi SO,WO,ST serta strategi WT.

Saran yang dapat penulis berikan kepada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta antara lain lebih meningkatkan promosi produk tabungan iB Siaga melalui sarana media elektronik, lebih meningkatkan keunggulan produk serta suku bunga (margin), melakukan inovasi strategi yang menarik seperti menyediakan Bus Layanan Gerak, memperluas kerjasama dengan berbagai instansi yang ada di wilayah Surakarta, memperbanyak mesin ATM agar memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi.

**Kata kunci : Strategi Pemasaran, SWOT, Tabungan *Islamic Banking* (iB) Siaga**

## **ABSTRACTION**

### **“MARKETING STRATEGY FOR ISLAMIC BANKING (iB) SIAGA SAVING PRODUCT IN SURAKARTA MAIN BRANCH OFFICE OF PT. BANK SYARIAH BUKOPIN”**

**HANIFAH LUTFI QIBTIFAH**

**F3613031**

This final project writing aimed to find out of marketing strategy for Islamic Banking (iB) siaga saving product in Surakarta main branch office of PT. Bank Syariah Bukopin. The data in this research was obtained through two source. The primary of research was to find out interview and observation. Meanwhile the secondary data of research was to find out of library study methods.

The research on the surakarta main branch office of PT. Bank Syariah Bukopin in marketing strategy to Islamic Banking (iB) siaga saving product using approachment marketing mix : product, price, place, promotion. The promotion channel used included sales promotion, advertising, personal selling, customer community gathering. The obstacle in surakarta main branch office of PT. Bank Syariah Bukopin in the market Islamic Banking (iB) siaga saving product included people dont recognise of Islamic Banking, the lack of interest in the community to save money at the Islamic Banking, competition of the another bank. Increase the Islamic Banking (iB) siaga saving product marketing, there should be an SWOT analysis evaluation encompassing : strength, weakness, opportunities, threats. The research of SWOT analysis using SWOT Matrik methods can find out internal factor and external factor. The factors can create a new strategy as strategy SO,WO,ST and WT.

The recommendations the writer gave to Surakarta main branch office of PT. Bank Syariah Bukopin were, among other, to improve the Islamic Banking (iB) siaga saving product promotion through electronic media, further increase special quality product and innovation strategy to interest as available bus for supporting in the market product, expanding cooperation with various agency in the area in Surakarta, increase ATM to facilitate customer transcation.

**Keywords : Marketing Strategy, SWOT, Islamic Banking (iB) Siaga Saving**

## HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir dengan judul :

**“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *ISLAMIC BANKING*  
(IB) SIAGA PADA PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG  
SURAKARTA”**

Disusun oleh :

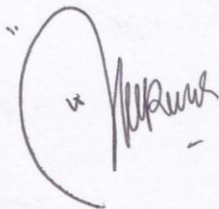
Nama : Hanifah Lutfi Qibtiyah

Nim : F3613031

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diujikan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program DIII Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 4 April 2016

Dosen Pembimbing



Nurul Istiqomah, SE.M.Si

NIP. 198006012005012012

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :

**“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN *ISLAMIC BANKING*  
(IB) SIAGA PADA PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG  
SURAKARTA”**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Diploma III Keuangan dan Perbankan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

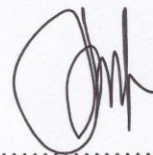
Surakarta, 14 April 2016

Tim penguji Tugas Akhir

1. Dewi Ismoyowati, S.E., M.Ec.dev

NIP. 1986112920130201

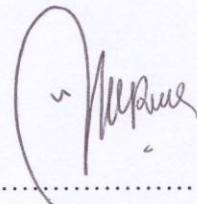
Penguji



2. Nurul Istiqomah, S.E., M.Si

NIP. 198006012005012012

Pembimbing





## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta :

Nama : Hanifah Lutfi Qibtiyah  
NIM : F3613031  
Program Studi : Diploma 3 Keuangan dan Perbankan  
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Islamic Banking* (IB) Siaga Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Tugas Akhir yang saya susun ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, dan bukan merupakan hasil jiplakan atau saduran dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Surakarta, 4 April 2016

Mahasiswa,



Hanifah Lutfi Qibtiyah

NIM. F3613031

## **MOTTO**

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu.

(Q.S. Al Insyirah : 6-8)

Dan bahwasannya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya. Dan bahwasannya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi kepadanya dengan balasan yang paling sempurna.

(Q.S. An-Najm : 39-41)

Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan salatmu sebagai penolongmu. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Q.S. Al Baqarah :153)

Berusahalah walau pun itu hanya mimpi.

(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT.
2. Ayah dan Ibu yang selalu mendo'akan dan membimbing dari kecil agar menjadi orang yang sukses dunia dan akhirat.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu setia membantu dan menyemangati saat senang dan susah.
4. Teman-teman seperjuangan DIII Keuangan dan Perbankan angkatan 2013
5. Almamaterku tercinta.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan mengucapkan puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan *Islamic Banking* (IB) Siaga Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta”.

Tujuan penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya Keungan dan Perbankan Universitas Sebelas Maret. Penyusunan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Nurul Istiqomah, SE,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberi bimbingan dan pengarahan.
2. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M,Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Kresno Saroso Pribadi, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi DIII Keuangan dan Perbankan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta
4. Linggar Ikhsan Nugroho, SE, M.Ec. Dev, selaku Dosen Pembimbing Akademis.
5. Bapak dan Ibu Dosen Diploma III Keungan dan Perbankan UNS yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
6. Seluruh karyawan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.
7. Kedua orang tua penulis yang menjadi semangat utama dalam mengerjakan tugas akhir.
8. Sahabat-sahabat penulis yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

9. Teman-teman DIII Keuangan dan Perbankan 2013 terimakasih atas pertemanan yang telah dijalin selama ini dan sukses selalu untuk kita semua.
10. Semua pihak yang telah memberi bantuan kepada penulis sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu segala saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis mengharapkan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 4 April 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK .....	i
ABSTRACTION .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	v
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Metode Magang .....	7
BAB II TINJAUAN PUTSATA	
A. Perbankan	
1. Pengertian Bank .....	10
2. Fungsi Perbankan .....	11
B. Perbankan Syariah	
1. Pengertian Bank Syariah .....	11
2. Fungsi Perbankan Syariah .....	12
3. Prinsip Dasar Perbankan Syariah .....	14
4. Produk Bank Syariah .....	14
C. Pemasaran	
1. Pengertian Pemasaran .....	17
2. Tujuan Pemasaran .....	18
3. Bauran Pemasaran .....	19
D. Analisis SWOT	
1. Pengertian Analisis SWOT .....	22
2. Matrik SWOT .....	26
3. Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT .....	28

### BAB III PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum	
1. Sejarah Perusahaan Bank Syariah Bukopin .....	31
2. Visi, Misi dan Nilai Budaya Perusahaan BSB .....	32
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Bukopin .....	33
4. Produk-Produk Bank Syariah Bukopin .....	43
B. Pembahasan	
1. Strategi Pemasaran Tabungan iB Siaga Pada BSB .....	50
2. Kendala Pemasaran Tabungan iB Siaga Pada BSB .....	60
3. Analisis SWOT Produk Tabungan iB Siaga Pada BSB .....	62

### BAB IV PENUTUPAN

A. Kesimpulan .....	66
B. Saran .....	67
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN .....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 DIAGRAM SWOT .....	24
2.2 DIAGRAM MATRIK SWOT .....	26
3.1 STRUKTUR ORGANISASI BANK SYARIAH BUKOPIN .....	33
3.2 DIAGRAM MATRIK SWOT PRODUK TABUNGAN IB SIAGA ....	63

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Dalam dunia bisnis, perbankan termasuk salah satu perusahaan yang bergerak di bidang keuangan baik konvensional maupun syariah yang sedang berkembang sangat pesat. Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang ikut berpartisipasi dalam aktifitas perekonomian dan berperan besar membantu pemerintah dalam membangun sektor perekonomian. Saat ini, bank dan lembaga keuangan merupakan salah satu pelaku penting dalam perekonomian disuatu negara dalam pertumbuhan ekonomi. Masyarakat umum maupun kalangan industri atau usaha sangat membutuhkan jasa perbankan dan lembaga keuangan lainnya, untuk mendukung dan memperlancar aktivitas usahanya.

Dalam perkembangan dunia perbankan saat ini di Indonesia tidak hanya menggunakan sistem konvensional, tetapi juga menggunakan prinsip Syariah Islam yang disebut dengan Perbankan Syariah. Perkembangan Perbankan Syariah saat ini mengalami peningkatan yang cukup besar, karena saat ini banyak perbankan yang awalnya hanya berdiri dengan sistem konvensional sekarang merambah dengan sistem syariah, hal ini membuktikan bahwa perbankan syariah sudah menjadi alternatif masyarakat umum dalam mengalokasikan dananya dan menjadi pilihan dalam pembiayaan tanpa ada unsur bunga. Perbankan syariah adalah bank

yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, berdasarkan UU RI No. 21 tahun 2008.

Menurut Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan Kasmir (2005:8) mendefinisikan lembaga yang kegiatannya sebagai perantara menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat merupakan kegiatan pokok perbankan, serta kegiatan memberikan jasa-jasa bank lainnya merupakan fungsi pendukung kedua. Jasa perbankan pada umumnya terbagi menjadi dua tujuan. Tujuan yang pertama yaitu menyediakan mekanisme alat pembayaran yang efisien bagi nasabah (uang tunai, tabungan, kredit kecil). Tujuan yang kedua yaitu dengan menerima tabungan dari nasabah kemudian menyalurkan atau meminjamkan kembali pada pihak yang membutuhkan dana untuk berinvestasi.

Dalam menjalankan tujuan perbankan, maka bank memerlukan pemasaran untuk operasionalnya. Kotler dan Amstrong (2008:6) mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan menciptakan nilai bagi pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Sedangkan Cravens (1996:5) berpendapat bahwa suatu kegiatan menjaga



dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan serta menarik pelanggan baru dengan menjanjikan keunggulan nilai, pengertian ini disebut pemasaran. Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya, terdapat strategi-strategi tertentu yang dapat dilakukan. Strategi pemasaran merupakan langkah awal untuk mengenalkan produk pada nasabah dan ini akan sangat penting karena akan berkaitan dengan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Pemilihan strategi harus dipertimbangkan faktor situasional dan persaingan pasar dalam produk yang dituju.

PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produk yang dimilikinya agar tetap mempertahankan nasabahnya dan mendapat nasabah yang baru, terutama dalam produk pendanaan (simpanan). Konsep pemasaran yang cocok adalah konsep pemasaran yang bersifat kemasyarakatan, keinginan dan kepuasan nasabah harus benar-benar diperhatikan. *Marketing mix* yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi dan strategi promosi. Hal ini yang mendorong PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta untuk selalu meningkatkan kualitas dan mutunya, baik dalam bidang pelayanan, mengembangkan produk, dan jasa yang nantinya akan dinikmati oleh para nasabah. PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta menawarkan berbagai produk simpanan antara lain Tabungan iB SiAga, Tabungan iB Multiguna, Tabungan iB SiAga Bisnis, Tabungan SimPel.

Tabungan iB Siaga adalah salah satu produk unggulan dari PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta yang dikeluarkan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan guna menumbuhkan budaya menabung, meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta untuk meningkatkan jumlah penabung. Selain itu bank memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan akses transaksi seperti banyaknya mesin ATM Bukopin Syariah, Bukopin dan prima. Tujuan Bank Syariah Bukopin untuk meluncurkan produk Tabungan iB Siaga adalah untuk mengedukasikan masyarakat sebagai implementasi “Ayo ke Bank”, meningkatkan budaya gemar menabung sejak dini, kesejahteraan masyarakat, menghimpun dana dari masyarakat, meningkatkan budaya gemar menabung dimasyarakat, membangun gambaran bahwa menabung itu menguntungkan dan sangat mudah, membantu perencanaan keuangan masyarakat agar menjadi lebih baik dengan adanya Tabungan iB Siaga, serta supaya masyarakat yang berpenghasilan rendah dapat mengenal perbankan.

Produk Tabungan iB Siaga khususnya pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta ini mempunyai beberapa masalah dalam proses pemasarannya, seperti nasabah Tabungan iB Siaga masih kurang, masih banyak masyarakat yang belum mengenal perbankan syariah, kurangnya minat masyarakat untuk menabung di perbankan syariah. Strategi pemasaran yang tepat dan menarik diharapkan bisa menjadi masukan pada PT. Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Surakarta dalam memasarkan

produk Tabungan iB Siaga tersebut, strategi pemasaran dapat dilakukan dengan berpedoman pada 4P yaitu *place, price, product, dan promotion* (Kotler dan Amstrong, 2008:62).

Melihat permasalahan yang ada dalam masyarakat seperti sekarang ini, PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin berinvestasi dan menyimpan uangnya tanpa harus mengganggu biaya pengeluaran. PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta mempunyai produk Tabungan iB Siaga, produk Tabungan iB Siaga ini merupakan simpanan untuk membantu kebutuhan menabung masyarakat luas. Tabungan iB Siaga didesain untuk memberikan kemudahan bagi kalangan mahasiswa dan masyarakat umum. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis memberikan judul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN ISLAMIC BANKING (IB) SIAGA PADA PT. BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG SURAKARTA”**.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Bagaimana strategi pemasaran produk Tabungan iB Siaga pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta?
2. Apa saja kendala dalam memasarkan Tabungan iB Siaga yang ditawarkan oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta?
3. Bagaimana analisis SWOT dari produk Tabungan iB Siaga pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas secara langsung bagaimana keadaan dilapangan, yaitu :

1. Mengetahui strategi pemasaran produk Tabungan iB Siaga PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.
2. Mengetahui kendala dalam memasarkan Tabungan iB Siaga yang ditawarkan PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.
3. Mengetahui analisis SWOT dari produk Tabungan iB Siaga pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melakukan strategi pemasaran untuk perkembangan perusahaan, yang berguna sebagai acuan dalam bersaing mendapatkan nasabah dengan perusahaan lainnya khususnya untuk menambah nasabah baru dan mempertahankan nasabah.

2. Bagi Penulis

Mengetahui bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya di bidang marketing dan mengetahui wawasan mengenai produk tabungan-tabungan di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta serta memberikan wawasan yang bermanfaat bagi penulis dalam mempersiapkan diri di dunia kerja.

### 3. Bagi Pembaca

Pembaca mengetahui tentang strategi promosi dan keunggulan produk-produk tabungan yang ada pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta salah satunya adalah Tabungan iB Siaga.

## **E. METODE MAGANG**

### 1. Ruang Lingkup Magang

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta yang terletak di Jl. Slamet Riyadi No 271 Surakarta 571111.

### 2. Desain Magang

Magang dilakukan langsung pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta untuk memperoleh data sesuai dengan materi yang diteliti.

### 3. Jenis Data dan Sumber Data

#### a. Jenis Data

Data yang diperoleh berupa teknik kualitatif untuk mengetahui strategi pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta, dalam pemasaran produk Tabungan iB Siaga.

#### b. Sumber Data

##### 1) Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari pihak pertama, yaitu dengan wawancara dan observasi pada bagian yang terkait dalam perusahaan. Penulis melakukan wawancara dibagian unit pemasaran dan pengamatan pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

## 2) Data sekunder

Data yang diperoleh dari pihak kedua atau melalui perantara, seperti buku, literatur, dan sumber media lainnya yang ada kaitannya dengan objek yang sedang penulis teliti. Penulis mengumpulkan data dari webside dan buku perpustakaan yang sesuai dengan objek penelitian untuk dijadikan bahan acuan.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti mengenai produk Tabungan iB Siaga pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

### b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara langsung terhadap pihak yang terkait, terutama pada unit pemasaran untuk mendapat data mengenai strategi pemasaran produk Tabungan iB Siaga pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

### c. Magang

Penulis melakukan proses pengumpulan data melalui pengamatan dengan cara melihat dan bekerja secara langsung mengenai kegiatan yang dilakukan oleh PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Surakarta.

d. Studi Pustaka

Penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber-sumber yang telah ada yang sesuai dengan topik pembahasan dan objek yang diteliti.